

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian akan dilakukan di Naavagreen Skin Care yang beralamatkan di jl. Slamet Riyadi No 165 A Oro-oro Dowo Malang 65119. Peneliti memilih Naavagreen *Skin care* untuk tempat penelitian dikarenakan *skincare* yang masih terhitung baru ini memang gencar sekali promosinya, tanpa perlu biaya yang banyak untuk promosi. Mereka mengusung konsep "murah dan alami". Hal ini dapat dilihat dari segi harga produknya serta fasilitas yang dijanjikan. Meskipun murah, namun *skin care* ini tidak menampilkan image murahan. Beberapa hal tersebut yang pada akhirnya meyakinkan peneliti untuk menjatuhkan pilihan pada skin care yang satu ini.

B. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan desain riset kausal (sebab-akibat) dan menggunakan wawancara langsung dengan alat bantu kuisioner kepada responden untuk memperoleh data yang dibutuhkan. Menurut Widayat (2004), penelitian kausal adalah penelitian yang bertujuan untuk menganalisis hubungan-hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya atau bagaimana suatu variabel mempengaruhi variabel lainnya.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif yang diperoleh dari hasil kuesioner yang kemudian diolah menjadi data kualitatif dengan menggunakan SPSS. Analisis kuantitatif adalah analisis yang dapat

diklasifikasikan ke dalam kategori yang berwujud angka-angka, yang dapat dihitung untuk menghasilkan penafsiran kuantitatif yang kokoh (Umar, 2003).

C. Sumber Data

Penelitian ini menggunakan sumber data sebagai berikut :

1. Data primer

Data primer merupakan data yang dikumpulkan sendiri oleh perorangan atau langsung melalui obyeknya. Pengumpulan data ini biasanya dilakukan dengan membagi kuisioner kepada onyek penelitian dan diisi secara langsung oleh responden.

2. Data Sekunder

Data skunder merupakan data yang diperoleh tidak langsung, yaitu data tersebut diperoleh dari dokumen-dokumen perusahaan dan buku-buku literatur yang memberikan informasi tentang kepuasan kerja dan motivasi serta kinerja karyawan.

D. Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terjadi atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna jasa Naavagreen Cabang Malang.

Sampel merupakan suatu sub kelompok dari populasi yang dipilih dalam penelitian (Widayat dan Amirullah; 2002:58). Besarnya sampel menurut Widayat (2012: 45) bahwa sampel harus berkisar antara 30 sampai 500. Sedangkan menurut Fraenkel dan Wallen dalam Widayat dan Amirullah (2002:67) menyarankan bahwa

besar sampel minimum untuk penelitian deskriptif adalah sebanyak 100 orang. Berdasarkan pengertian tersebut, maka jumlah sampel dalam penelitian ini ditetapkan sebanyak 100 responden, yaitu konsumen pada produk *skin care* di Naavagreen Malang.

Teknik sampling yang digunakan adalah *nonprobability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/ kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2014:85).

E. Definisi Operasional Variabel

Berdasarkan perumusan masalah yang diangkat maka variabel yang dianalisis dalam penelitian ini adalah tentang pengaruh *word of mouth* terhadap minat beli konsumen yang dapat dijabarkan sebagai berikut :

1. Variabel *Word Of Mouth* (WOM)

Word of mouth adalah komunikasi dari mulut ke mulut yang Variabel membicarakan suatu produk dan jasa kepada orang lain untuk mempengaruhi suatu pembelian.

a. *Talkers*

Merupakan suatu komunikasi dalam penyampaian informasi suatu produk bisa melalui siapa saja mulai dari teman, tetangga, keluarga, dan lain-lain, orang-orang tersebut bersemangat menceritakan pengalamannya.

Indikatornya adalah:

- 1) Tetangga
- 2) Keluarga
- 3) Teman

b. *Topics*

Topik ini berhubungan dengan sesuatu yang ditawarkan oleh suatu merek.

Indikatornya adalah:

- 1) Pilihan utama
- 2) Obrolan orang lain
- 3) Barang yang memuaskan

c. *Tools*

Topik yang telah ada juga membutuhkan suatu alat yang membantu agar topik atau pesan dapat berjalan, alat ini alat yang bisa membuat orang mudah membicarakan atau menularkan produk atau jasa perusahaan kepada orang lain.

Indikatornya adalah:

- 1) Media sosial
- 2) Brosur
- 3) Kupon undian

d. *Taking Part*

Merupakan partisipasi dari pihak perusahaan atau siapapun yang terlibat di dalam medium dan ikut di dalam percakapan membantu merespon mengenai produk atau jasa dari para calon konsumen

Indikatornya adalah:

- 1) Informasinya terpercaya
- 2) Mewakili harapan
- 3) Testimoni

e. *Tracking*

Suatu tindakan perusahaan untuk menyediakan alat guna mengawasi atau memantau serta merespon apa yang konsumen katakan.

Indikatornya adalah:

- 1) Orang terpercaya
- 2) Media sosial
- 3) Informasi produk

2. Variabel Minat Belikonsumen.

Minat beli konsumen merupakan suatu kegiatan pembelian kembali yang salah satu keputusan pembelian konsumen yang diantaranya dipengaruhi oleh faktor psikologi.

Indikatornya adalah :

- 1) Nilai atau nominal transaksi dalam satu kali pengeluaran oleh konsumen
- 2) Rasa keinginan terhadap pilihan yang timbul karena rasa kepuasan setelah menggunakan produk atau jasa.
- 3) Sifat keingin tahuan yang tinggi terhadap informasi dan karakteristik produk yang telah dan atau sebelum digunakan.

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner yang merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis untuk dijawab oleh responden (Sugiyono, 2005). Responen dalam penelitian ini yaitu pengunjung naavagreen. Kuesioner tersebut berisi pertanyaan dan pernyataan yang berkaitan dengan pengaruh *Word Of Mouth* terhadap minat beli konsumen.

G. Teknik Pengukuran Variabel

Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *Likert*. Menurut Sugiyono (2005), skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut variabel penelitian. Responden diminta untuk mengisi daftar pertanyaan dengan jumlah kategori sebanyak lima, dan semua jawaban responden dihitung dengan menggunakan skor sebagai berikut:

Jawaban Setuju diberi skor 5, Jawaban Setuju diberi skor 4, Jawaban Netral diberi skor 3, Jawaban Tidak Setuju diberi skor 2, Jawaban Sangat Tidak Setuju diberi skor 1.

H. Pengujian Instrumen

1. Uji Validitas

Uji validasi adalah suatu metode yang menunjukan sejauh mana suatu alat pengukur itu mengukur apa yang ingin diukur. Menurut Arikunto (2006:168), validasi adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan suatu instrument. Suatu instrument yang valid atau sah mempunyai validasi tinggi. Sebaiknya, instrument yang kurang valid berarti memiliki validitas yang rendah. Cara menguji validitas adalah dengan menghitung korelasi antara masing-masing pernyataan dengan skor total dengan menggunakan rumus teknik korelasi '*product moment*', sebagai berikut:

$$r = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(n \sum x^2 - (\sum x)^2)(n \sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

Jawaban Setuju diberi skor
Keterangan :

- r = koefisien korelasi
 n = jumlah sampel
 x = skor tiap butir pertanyaan
 y = total skor

Untuk menguji validitas instrumen dilakukan dengan cara mengkorelasikan antara skala skor yang diperoleh pada masing-masing item dengan skor totalnya. Skor total ini merupakan hasil dari penjumlahan semua skor item, dan semua di atas angka kritis. Adapun nilai angka kritisnya adalah pada tingkat signifikansi 5%. Jika koefisien korelasi lebih besar dari nilai kritis maka instrumen tersebut dikatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama. Mencari reliabilitas instrumen yang skornya bukan satu sampai dengan nol tetapi merupakan rentangan antara beberapa nilai misalnya nol sampai dengan sepuluh atau nol sampai dengan seratus. Pengujian reliabilitas dapat dilakukan dengan menggunakan rumus Alpha Cronbach, sebagai berikut:

$$r_{ii} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan:

- r_{ii} = reliabilitas instrumen
 k = banyaknya butir pertanyaan atau soal
 $\sum \sigma_b^2$ = jumlah varian butir
 σ_t^2 = varian total

Adapun kriteria reliabilitas adalah sebagai berikut:

1. Apabila $r \text{ hitung} \geq r \text{ tabel}$, maka data yang digunakan reliable
2. Apabila $r \text{ hitung} \leq r \text{ tabel}$, maka data yang digunakan tidak reliable

I. Teknik Analisis Data

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *Ordinary Least Square* (OLS). Pengolahan data menggunakan aplikasi SPSS versi 22.0, selain itu juga digunakan *software Microsoft Excel* sebagai *software* pembantu dalam mengkonversi data kedalam bentuk baku yang disediakan oleh sumber kedalam bentuk yang lebih representatif untuk digunakan pada software utama dengan tujuan untuk meminimalkan kesalahan data bila dibandingkan dengan pencatatan ulang manual.

1. Uji Asumsi Klasik

a. Autokorelasi

Autokorelasi adalah korelasi (hubungan) yang terjadi di antara anggota-anggota dari serangkaian pengamatan yang tersusun dalam rangkaian ruang. Jika terjadi autokorelasi maka nilai kesalahan standar (*standard errors*) dari taksiran Ordinary Least Square (OLS) pasti terpengaruh. Sehingga dapat mengakibatkan hal-hal sebagai berikut:

- 1) Penaksir OLS dari variabel menjadi tidak efisien sehingga selang keyakinan menjadi lebar dan uji signifikasi menjadi tidak akurat.
- 2) Standard error dari varians kemungkinan akan lebih rendah dari yang sebenarnya.
- 3) Penaksir OLS menjadi sangat sensitif terhadap fluktuasi sampel.

4) Hasil uji t dan uji F tidak valid dan dapat mengakibatkan kesimpulan yang diambil berdasarkan uji signifikansi statistik akan menjadi bias. Pengujian ini digunakan untuk menguji suatu model apakah antara variabel bebas dengan variabel terikat sehingga mempengaruhi minat belipelanggan .

b. Multikolinearitas

Uji multi kolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi maka variabel-variabel tidak orthogonal. Variabel orthogonal adalah variabel independen yang nilai korelasinya antar sesama variabel independen sama dengan nol. Uji multikolinearitas menunjukkan variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya.

c. Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance. Dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas. Dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Akibat dari adanya gejala heterokedastisitas adalah:

1) Varian koefisien regresi menjadi tidak minimum.

- 2) *Conviden Interval* akan melebar, sehingga hasil uji signifikansi statistik tidak valid lagi.
 - 3) Apabila OLS dengan gejala heterokedastisitas tetap digunakan, akan mengakibatkan kesimpulan uji t dan uji F tidak menunjukkan signifikansi yang sebenarnya
- d. Uji normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing data pada variabel yang telah diteliti telah terdistribusi secara normal, uji normalitas yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis grafik. Analisis grafik dilakukan dengan melihat histogram yang membandingkan data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal. Disamping melihat grafik histogram, peneliti juga melihat norma *probability plot*, dimana distribusi data dapat dikatakan normal jika garis yang menggambarkan data mengikuti garis diagonal.

2. Uji Hipotesis

Hasil uji signifikansi parameter parsial (uji statistik t) Hasil uji signifikansi parameter parsial bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen yang terdapat dalam persamaan regresi secara individu terhadap nilai dependen. Hasil uji signifikansi dan parameter individual dilakukan dengan uji statistik t. Kesimpulan diambil dengan melihat signifikansi (α) dengan ketentuan: $\alpha > 5$ persen : tidak mampu menolak H_0 $\alpha < 5$ persen : menolak H_0 b. Hasil uji signifikansi parameter simultan (uji statistik F) Uji signifikansi parameter simultan bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen yang terdapat dalam

persamaan regresi secara bersama-sama berpengaruh terhadap nilai variabel dependen. Hasil uji signifikansi dan parameter simultan dilakukan dengan uji statistik F. Perhitungan F di hitung dan dicari formasi.

Jika $\text{sig} > (\alpha = 0,05)$, maka H_0 diterima H_1 ditolak

Jika $\text{sig} < (\alpha = 0,05)$, maka H_0 ditolak H_1 diterima